



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos

Materia: COMUNICACIÓN 3
Código: FDI0034
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019
Profesor: CARRION MARTINEZ PAUL SEBASTIAN
Correo electrónico: pcarrion@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Código: FDI0033 Materia: COMUNICACIÓN 2

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

2. Descripción y objetivos de la materia

En esta materia teórica, se aborda a la conceptualización desde el enfoque comunicacional, con la inclusión de las variables: soporte y target. Permite complementar la formación del Diseñador Gráfico con los conocimientos en el área de la comunicación.

Esta asignatura complementa y se articula con los talleres, aportando con los fundamentos conceptuales del proyecto de diseño.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	El target en la conceptualización de productos gráficos (0 horas)
1.1	Segmentación de Mercados (4 horas)
1.2	Variables de Segmentación (4 horas)
1.3	Perfil del Target (4 horas)
2	El proceso de conceptualización para productos gráficos: (0 horas)
2.1	Generación y comunicación de concepto central (6 horas)
2.2	Uso de elementos visuales, sistemas compositivos, recursos retóricos, target, mensaje lingüístico y personajes en conjunto en la optimización de la comunicación visual. (14 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ac. Generar proyectos de Diseño de Identidad y manejo de Marcas

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ad. Generar proyectos de Diseño Publicitario

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ae. Generar proyectos de Diseño Editorial y diseño de información

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

af. Generar proyectos de Diseño Multimedia e interfaz digital.

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ag. Generar proyectos de Diseño Interactivo y multimedial

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ah. Seleccionar con coherencia las áreas de trabajo de diseño para solucionar problemáticas de comunicación visual.

-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ai. Seleccionar con coherencia las herramientas de cada una de las áreas del diseño gráfico para solucionar problemáticas de comunicación visual.

-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

at. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.

-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

au. Contratar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.

-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.

-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	prueba	El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE 1	5	Semana: 3 (01/10/18 al 06/10/18)
Trabajos prácticos - productos	trabajo práctico	El target en la conceptualización de productos gráficos, Segmentación de Mercados	APORTE 2	5	Semana: 6 (22/10/18 al 27/10/18)
Trabajos prácticos - productos	aplicación target	El target en la conceptualización de productos gráficos, Perfil del Target, Segmentación de Mercados, Variables de	APORTE 2	5	Semana: 11 (26/11/18 al 01/12/18)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		Segmentación			
Trabajos prácticos - productos	aplicación integral	El proceso de conceptualización para productos gráficos.; El target en la conceptualización de productos gráficos, Generación y comunicación de concepto central, Perfil del Target, Segmentación de Mercados, Uso de elementos visuales, sistemas compositivos, recursos retóricos, target, mensaje lingüístico y personajes en conjunto en la optimización de la comunicación visual., Variables de Segmentación	APORTE 3	15	Semana: 15 (al)
Trabajos prácticos - productos	trabajo grupal	El proceso de conceptualización para productos gráficos.; El target en la conceptualización de productos gráficos, Generación y comunicación de concepto central, Perfil del Target, Segmentación de Mercados, Uso de elementos visuales, sistemas compositivos, recursos retóricos, target, mensaje lingüístico y personajes en conjunto en la optimización de la comunicación visual., Variables de Segmentación	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo en grupo	El proceso de conceptualización para productos gráficos.; El target en la conceptualización de productos gráficos, Generación y comunicación de concepto central, Perfil del Target, Segmentación de Mercados, Uso de elementos visuales, sistemas compositivos, recursos retóricos, target, mensaje lingüístico y personajes en conjunto en la optimización de la comunicación visual., Variables de Segmentación	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

La asignatura es la fase práctica de la materia de Comunicación, la finalidad es que los estudiantes aterroricen los contenidos en los niveles anteriores en la conceptualización de productos gráficos, donde el énfasis está en comprender las complejidades del lenguaje visual ya en la aplicación en productos gráficos puntuales y cómo las decisiones de diseño se ven afectadas por el público, el soporte y el mismo creativo del diseño.

Criterios de Evaluación

Todas las evaluaciones son prácticas y serán calificadas usando rúbricas. Vale la pena mencionar que a pesar de que se realizarán ejercicios de diseño, los puntajes asignados en las evaluaciones serán acumulados en ítems que se refieren a la comunicación más que a la concreción formal, técnica y/o estética del soporte.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ACASO, MARÍA.	Paidós	EL LENGUAJE VISUAL.	2009	8483192632
D. A. DONDIS,	Gustavo Gilli	LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCIÓN AL ALFABETO	2012	97884252206092

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
VISUAL,				
ARELLANO, ROLANDO	Pearson	MARKETING: ENFOQUE AMÉRICA LATINA	2010	NO INDICA
GRIGELMO, ALEX.	Santillana Taurus	LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS.	2000	9788466369916

Web

Autor	Título	Url
Mara Edna Serrano Acuña* Y Adriana Judith	Revista Digital Universitaria Unam	http://www.revista.unam.mx/vol.10/num12/art92/art92.pdf
Alejandro Ayala	Foro Alfa	http://foroalfa.org/articulos/la-importancia-del-concepto
Irma Laura Cantú Hinojosa	Redalyc	http://www.redalyc.org/pdf/2033/203314886008.pdf

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Fecha aprobación: 14/09/2018

Estado: Aprobado

Director/Junta